



NUMÉRO  
COLLECTOR

# ELLE DÉCORATION

## SECRETS DE DÉCORATEURS

300 pages de rêve  
et d'inspirations

QUÉS GARCIA  
DA PINTO  
QUÉS GRANGE  
ARLES ZANA  
LES & BOISSIER  
RENT BOURGOIS  
NEL JADOT  
N-LOUIS DENIOT

**MAÎTRES  
DU STYLE  
VOIENT  
JRS  
TÉRIEURS**

178 - 276 - F: 4,90 € - RD



N° 276 NOVEMBRE 2019

FRANCE METROPOLITAINE 4,90 € / A. 7,90 € / AND. 5,60 € / BEL. 5,80 € /  
CAN \$ : 8,50 CAD / CH. 9 CHF / D. 8,10 € / DOM. 5,90 € / ESP. 5,70 € / FIN. 7,90 € /  
GR. 5,90 € / IT. 5,90 € / LUX. 5,90 € / MAR. 6,9 MAD / NL. 6,90 € /  
PORT. CONT. 5,70 € / POLY A. 2000 CFP / NC A. 1850 CFP / TUN. 8,50 TND

# C'est beau donc je suis...

ENTHOUSIASMANTE, CHANGEANTE, DÉSARMANTE, LA BEAUTÉ DIT INFINIMENT DE NOTRE MONDE ET DE NOUS-MÊMES. L'ARCHITECTE ET DÉCORATRICE INDIA MAHDABI ET LE PHILOSOPHE CHARLES PÉPIN ONT CROISÉ LEURS POINTS DE VUE SUR LA QUESTION.

PAR **DANIËLE GERKENS**  
PHOTOS **PHILIPPE QUAISSÉ / PASCO**

Explosion des réseaux sociaux, popularisation du design, universalisation des références, urbanisation galopante... Jamais l'humanité n'a vécu autant de transformations à un rythme aussi soutenu. Si ces bouleversements affectent nos sociétés, ils nous impactent en tant qu'individus, faisant évoluer les usages. C'est également le cas de l'univers esthétique : l'art contemporain, les arts décoratifs, le design, l'architecture d'intérieur et l'artisanat d'art. Comment les mutations actuelles influencent-elles notre rapport au beau ? La beauté sauvera-t-elle le monde ?

India Mahdavi, figure de la décoration intérieure, qui manie le vocabulaire formel et l'art des couleurs comme personne, multipliant les projets de Paris à Los Angeles, et Charles Pépin, philosophe décomplexé, auteur de "Quand la beauté nous sauve" (éd. Robert Laffont) et "La Confiance en soi" (Allary Editions), ont accepté d'explorer ces questions. L'occasion d'un dialogue optimiste, vivifiant et subtil.



**Qu'est-ce que la beauté aujourd'hui ? Peut-on la définir ou est-ce impossible ?**

**India Mahdavi.** La beauté se définit par rapport à soi, c'est ce qui nous touche individuellement. Pour ma part, c'est une forme de vérité. Mon background multiculturel a influencé mon regard. La beauté vue en France diffère de celle visible en Iran, en Egypte ou ailleurs. Certaines choses peuvent y paraître disgracieuses, mais elles sont belles parce qu'elles me touchent.

**Charles Pépin.** Nombreux sont ceux estimant que la relativité des critères culturels rend impossible la beauté vraie. Mais j'aime l'idée assez platonicienne de Hegel disant que « le beau est l'éclat du vrai ». Quand une forme, une mélodie, un paysage nous plaît, c'est que le vrai se manifeste, suscitant le désir de vérité et

“ Dans toute émotion esthétique,  
il y a une promesse d'universalité  
et de communion. ”



#### Jeux d'esprits

Couleurs pop, motifs géométriques, meubles en rotin... Charles Pépin et India Mahdavi dans le showroom de la créatrice (3, rue Las-Cases, Paris-7<sup>e</sup>).

de partage. Même si je sais que mes goûts diffèrent de ceux d'un Chinois ou d'un autre Français, dire « c'est beau » signifie que je pense que tous pourraient être sensibles à cette beauté et que j'ai envie de la partager. C'est pour ça qu'on dit « c'est beau » et pas « moi, ça me plaît ». Dans toute émotion esthétique, il y a une promesse d'universalité et de communion.

**Aujourd'hui, nous sommes bombardés d'images.**

**Cela change-t-il notre rapport au beau ?**

**I. M.** La beauté visuelle est la plus facile à appréhender, mais ce flot d'images ne suffit plus. Je me découvre sensible à l'étrangeté, à ce qui ouvre les champs de l'émotion, de la réflexion. Plus que jamais, la sincérité de l'expression prime, même si cela implique de la laideur.

**C. P.** Baudelaire disait : « Le beau est toujours bizarre. » Il est aisé de confondre le vrai beau qui interpelle, dérange, trouble, avec ce qui est simplement agréable à l'œil. Le triomphe d'un certain design est celui de l'agréable. Rappelons que sans sentiment d'étrangeté, ce que Freud nommait même « l'inquiétante étrangeté », on ne vit pas de véritable expérience esthétique. Si l'agréable est confortable, il n'est pas « beau ».

**Sources d'idées pour les créateurs et nouveaux arbitres des élégances, les réseaux sociaux tels Instagram et Pinterest participent-ils à un embellissement du monde ?**

**C. P.** L'époque répète qu'Instagram nous rend esthètes. C'est un tout petit peu vrai, mais surfer sur un smartphone n'est pas propice à une expérience esthétique qui nécessite un arrêt devant l'étrangeté. L'uniformisation, la compulsion ne participent pas à un embellissement du monde. On l'observe notamment chez les jeunes qui abîment leur capacité à l'émerveillement à force de zapping. Je leur conseille souvent de trier leurs abonnements, de ne conserver que ceux ouvrant à l'émotion pour reprendre le pouvoir sur les réseaux.

**I. M.** Ces réseaux sociaux sont devenus un cahier de tendances mondial qui affadit le monde. Ayant un œil photographique, je rêvais d'être cinéaste. A la place, j'ai créé des lieux qui sont très cinématographiques, et donc très copiables. Mais la copie crée des incestes esthétiques, et les réseaux l'encouragent. La difficulté, c'est de se renouveler sans cesse. Sur Instagram, j'enregistre des images qui m'interpellent et je découvre de vrais créateurs. Mais je crains qu'il ne soit de plus en plus difficile de donner de la profondeur aux choses, les réseaux aplatissant l'univers de la création. La seule façon de se distinguer, c'est d'avoir une écriture unique. ►

**Dans un monde nomade et partagé, où les tendances semblent similaires à Séoul et à New York, le beau et le laid sont-ils universels ?**

**C. P.** Lumière, bois brut, vintage, l'appartement de rêve est le même au Cap, à San Francisco, à Paris... L'uniformisation est indiscutable, elle est même algorithmiquement fondée. La résistance dépend de notre capacité à agir comme des individus actifs en état de quête. A chacun de chercher ce qui éveille sa singularité. L'uniformité, la copie créent de la tristesse quand la créativité apporte de la joie.

**I. M.** La créativité est un don de soi, un acte d'amour car l'objet pérenne permet de recevoir en retour. Je prends beaucoup de plaisir à créer un objet, puis à le voir prendre forme. La question essentielle est : que veux-je dire et comment le dire ? Dans ce métier, la forme ne peut plus être dissociée du fond.

**Le beau – y compris dans les lieux, les décors, les objets – rend-il la vie plus belle ?**

**C. P.** Dans la culture occidentale, on a longtemps pensé que l'esthétique était superficielle. Or, la sensibilité à la beauté formelle nous apprend beaucoup. Guerre, violence, fin de l'amour... On souffre de ne pas tout comprendre. La beauté nous apprend aussi que le mystère peut rendre heureux. Et cette expérience heureuse du mystère peut être exportée dans d'autres champs de l'existence.



“ Le talent de la main et l'imperfection de l'homme nous émeuvent. ”

**I. M.** Quand je repense à moi, enfant, je réalise que ce qui m'animait déjà était un rêve esthétique, un besoin vital. Le beau n'est pas un caprice, c'est plus profond, d'ordre presque philosophique, et cela n'implique pas l'accumulation ou le luxe. Parmi mes plus beaux moments, il y a eu la découverte de l'oasis de Siwa en Egypte, l'expérience du peu et du vrai avec les nomades.

**Pour véritablement vivre la beauté et aménager son intérieur, faut-il avoir confiance en soi ?**

**I. M.** Une maison, c'est d'abord un habitat, un lieu « habité » au sens philosophique. Une maison devrait être un portrait en 3D de ses habitants. Un lieu réussi, c'est un lieu personnel, transcendant l'époque et les modes.

**C. P.** Certains lieux sont des boîtes sociales, des représentations. Or l'expérience esthétique est affaire de présence. On peut avoir l'ambition d'être présent à soi et au monde dans son salon, ses vêtements... Souvent, dans la vie, on n'ose pas affirmer, on doute. Devant la beauté pourtant, même sans arguments, on ne doute plus ! C'est une incroyable manifestation d'assurance.

**Faut-il fréquenter la beauté pour la comprendre ?**

**I. M.** J'ai grandi dans une famille où l'esthétique n'était pas centrale. Le premier bâtiment qui m'a frappée a été la Fondation Maeght à Saint-Paul-de-Vence. Je savais déjà que j'étais attirée par cet univers. Mon fils, lui, a grandi dans un milieu artistique, et peut-être la beauté ne lui aura-t-elle pas manqué. Or, ce sont les manques qui suscitent le désir. Créer la beauté est une manière de combler le manque.

**C. P.** J'ai moi-même été saisi lors d'une exposition de Mark Rothko, au Musée national d'Art moderne de Paris. J'étais jeune et assez

inculte à l'époque. La beauté a le pouvoir de nous ouvrir les yeux sur d'autres façons de penser, de voir le monde grâce à l'émotion, bien plus puissante que le raisonnement.

**Vue, ouïe, toucher... Notre manière de percevoir la beauté a-t-elle évolué au cours des dernières décennies ?**

**I. M.** L'homme est un être sensoriel. Dans l'univers décoratif, les matériaux à la mode ont du relief, à l'image des tapis texturés. On veut le contraire du lisse, l'opposé de l'écran digital, on désire se rassembler, toucher. Le talent de la main et l'imperfection de l'homme nous émeuvent. Face aux interrogations sur l'avenir de l'humanité, l'intelligence artificielle, le réchauffement climatique, on se rassemble autour de ce qui est notre essence. J'existe parce que je respire, je touche, je sens, je sais faire... C'est dans ce sens que j'ai pensé l'installation "Imaginary Architecture" pour l'exposition "Homo Faber" à Venise en 2018, une scénographie sur les savoir-faire dans l'architecture d'intérieur. Je souhaitais montrer comment ces derniers soutenaient un imaginaire.

**C. P.** Ce sont l'art, la littérature, la décoration, le rapport à la beauté qui feront la différence ! Le robot nous surpassera dans le rationnel, mais pas pour lire Camus et admirer un guéridon. Aristote disait que ce n'était pas parce que l'homme est intelligent qu'il a une main, mais que c'est parce qu'il a une main qu'il est intelligent. Quand on fait quelque chose de ses mains, cela suffit à lever une angoisse existentielle. Faire est une expérience esthétique, c'est mettre en forme la matière. L'esthétique, ce n'est pas que la contemplation du beau, c'est aussi l'action sur le monde. On peut faire des croûtes, mal décorer son appartement, mais ce n'est pas le problème. Le tout, c'est de se sentir vivant par son rapport esthétique au monde. ►

**Les grands noms des arts décoratifs n'explorent-ils pas tous des chemins de crête qui, seuls, peuvent susciter de l'émotion ?**

**I. M.** Je suis très touchée par la beauté décomplexée, par les associations libres. La France est le pays du bon goût depuis des siècles. C'est un peu contraignant. Plus au sud, on s'en libère. On ose des choses plus fun, plus vivantes... J'aime les acrobaties stylistiques, les couleurs jurant en apparence, car la dissonance esthétique est stimulante. D'ailleurs, les grands créateurs ont tous brisé les règles, tels Ettore Sottsass ou Picasso qui se sont affranchis des conventions.

**C. P.** S'autoriser des expériences esthétiques qui sortent des sentiers battus, c'est l'occasion de se connaître, de se sentir plus vivant et de découvrir sa singularité.

**I. M.** C'est un chemin qu'on emprunte une vie durant. Un exemple avec la couleur que j'aime particulièrement. Je me suis dit que ce serait ma singularité. Les couleurs, ce sont autant de personnes. Plus il y en a, plus la conversation est joyeuse et enrichissante.



“ Avec l'uniformisation globale, on voit cohabiter un embellissement et un enlaidissement du monde. ”

**La notion de design, popularisée via les grandes enseignes de décoration, a-t-elle « formé » tout un chacun au beau ou a-t-elle au contraire atténué notre sensibilité esthétique ?**

**I. M.** Les grandes enseignes ont facilité l'accès à des produits bien faits, agréables et bon marché. Je me réjouis par exemple de travailler avec Monoprix car c'est important de démocratiser le beau. Mais notre métier a viré à l'industrie lourde avec de rares étincelles de créativité dans une marée de choses affreuses. Aujourd'hui, le design est une question d'attitude, de discours. Qui fabrique cet objet ? Pourquoi ? Où ? Comment ? Quel impact aura-t-il sur le monde et la nature ?

**C. P.** Historiquement, la beauté a quitté l'art pour envahir la vie quotidienne. Le philosophe Yves Michaud parlait même d'« une vapeur esthétique qui envahit le monde ». Certains individus vont se dire : « Je connais la beauté car j'ai une table X ou Y. » Faux. Le design, ce n'est pas la beauté. Entre les aéroports et les centres-villes, on traverse partout des no man's lands d'entrepôts et de grandes surfaces. Avec l'uniformisation globale, on voit cohabiter un embellissement et un enlaidissement du monde, sans adaptation aux différentes cultures. Partout sur la planète, Ikea vend les mêmes produits. Dominique A avait raison de chanter « Rendez-nous la lumière, rendez-nous la beauté... »

**Avec la montée des préoccupations environnementales, l'aspect « naturel » de la beauté, des paysages aux matériaux, revient sur le devant de la scène. Comment l'expliquez-vous ?**

**I. M.** L'inspiration de la nature peut être littérale ou interprétée. En ce moment, on note par exemple un retour de la fleur exprimant la fragilité, l'éphémère, comme un emblème d'un monde instable. Dans la coloration, c'est idem. J'ai imaginé une teinte "Mandarine au lait" inspirée des couchers de soleil de plus en plus orangés à cause de la pollution. On constate une réutilisation des matériaux, un upcycling généralisé. La terre est partout, via l'argile, le grès. C'est normal, on vient de là, on y retournera, on la façonne, on la cuit. A la fois terriblement juste et impermanente, la terre évoque le lien immuable qu'établit l'humain avec la Terre.

**C. P.** La référence à la nature nous fait prendre conscience que nous habitons le monde, que nous ne sommes pas seulement consommateurs, ce que nous avons oublié avec les révolutions industrielles et l'urbanisation extrême. Le péril écologique nous rappelle que nous n'avons pas le choix : nous devons habiter ce monde car il n'y en a pas d'autre.

**Votre dernier choc esthétique dans l'univers décoratif ?**

**I. M.** Je reviens de Venise, une pure construction humaine, un hybride culturel entre l'Italie et l'Orient profondément émouvant. Chaque voyage en Italie est un choc esthétique.

**C. P.** J'ai eu une belle émotion devant une petite tasse à café en pierre que mes enfants m'ont rapportée de Grèce. Elle est brute, façonnée dans du marbre par quelqu'un dont ce n'est pas le métier. Boire mon café dans cette tasse me fait un bien fou. Sa forme dit beaucoup de choses, sa matière est exceptionnelle et les sentiments qui l'accompagnent le sont tout autant.

**I. M.** C'est sans doute cela qui émeut le plus : le regard des êtres aimés ■